



Jurnal Ilmu Pemerintahan

<http://www.fisip.undip.ac.id/>

STRATEGI KAMPANYE CALON LEGISLATIF PEREMPUAN MENJELANG PEMILIHAN LEGISLATIF 2014 DI KOTA SEMARANG

Ofriendly Sagala¹, Lusia Astrika, S.IP, M.Si², Dra. Fitriyah, MA³

Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang

Abstraksi:

Menghadapi pemilihan legislatif di Kota Semarang 2014, berbagai upaya politik gencar dilakukan oleh partai politik demi memuluskan langkah calonnya melenggang ke parlemen. Untuk itu perlu dibentuk strategi keberhasilan caleg perempuan dalam memenangkan suara masyarakat. Disamping itu seorang caleh harus mampu memahami dan memberikan solusi yang tepat terkait permasalahan yang dihadapi, otomatis caleg perempuan tersebut berpotensi besar merebut hati masyarakat. Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dan menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) strategi kampanye yang digunakan oleh anggota legislatif perempuan di DPRD Kota Semarang dalam mendulang suara terbanyak pada Pileg 2014 lalu yaitu strategi pemanfaatan media massa, strategi berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, strategi berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan masyarakat dan strategi mengandalkan peran tim sukses dalam kampanye.

Kata Kunci : *Strategi Kampanye, Strategi Kemenangan, Kampanye Perempuan*

¹ Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan angkatan 2011, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Email: gesmy_sitanggang@yahoo.com.

² Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

³ Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Abstract:

Facing the legislative elections in the city of Semarang, 2014, intense political efforts made by the political parties for the sake of smoothing step pitch candidates to parliament. It is necessary to establish a strategy for women candidates success in winning people's voices. Besides a caleh must be able to understand and provide appropriate solutions related problems faced, automatic vast potential women candidates win the heart of the community. Researchers using Qualitative Research Methods and methods of data collection with interviews and documentation. The results showed that there are (4) four campaign strategy used by female legislators in Parliament Semarang in Pileg gain the most votes in 2014 and the strategy of the use of mass media, strategies to interact directly with the public, strategies directly participate in community activities and strategies rely on the role of a successful team in the campaign.

Keywords: *Campaign Strategy, Victory Strategies, Women Campaign*

Pendahuluan

Keterwakilan perempuan dalam politik harus dijaga, karena keberadaan mereka merupakan salah satu upaya pengintegrasian kebutuhan gender dalam berbagai kebijakan publik. Melalui regulasi pemilu, berbagai tindakan afirmatif telah sejak lama dilaksanakan demi meningkatkan partisipasi perempuan di dalam politik. Dapat dilihat dari pasal 65 ayat 1 UU No 12 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum anggota DPR, DPD, DPRD yang menyebutkan, “setiap partai politik peserta pemilu dapat mengajukan calon anggota DPR, DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota untuk setiap daerah pemilihan dengan memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30%”. Menghadapi pemilihan legislatif di Kota Semarang 2014, berbagai upaya politik gencar dilakukan oleh partai politik demi memuluskan langkah calonnya melenggang ke parlemen. Bentuk kampanye yang tepat merupakan salah satu strategi keberhasilan caleg perempuan dalam memenangkan suara masyarakat. Untuk itu, caleg memang harus terlebih dahulu memetakan dan memahami apa yang menjadi permasalahan di dapil masing-masing. Dengan mampu memahami dan memberikan solusi yang tepat terkait permasalahan yang dihadapi, otomatis caleg perempuan tersebut berpotensi besar merebut hati masyarakat.

Strategi kampanye yang tepat dan efektif tentunya akan menjadi satu-satunya cara agar caleg perempuan dapat memperoleh suara yang maksimal di dapilnya masing-masing. Calon legislatif perempuan dituntut harus dapat merumuskan strategi kampanye yang berbeda dengan strategi yang dilakukan oleh caleg laki-laki pada umumnya. Karena akan menjadi sia-sia apabila tetap menggunakan strategi lama dalam menyiasati citra dan elektabilitas yang dimiliki caleg laki-laki di mata publik. Terlebih lagi pemilih Indonesia kini telah menjelma menjadi pemilih yang cerdas dan mampu mengevaluasi

berbagai intrik-intrik politik calon. Caleg perempuan harus dapat mengusung strategi kampanye yang nantinya akan dapat menjawab segala permasalahan perempuan di dapil mereka masing-masing. Keterlibatan perempuan di dalam politik dewasa ini harus dapat memberikan kontribusi nyata melalui tindakan dan sumbangsi pemikiran terhadap suatu permasalahan sosial. Khususnya mencari solusi terhadap berbagai problem perempuan di masa kini. Kasus pemerkosaan, KDRT, human trafficking, meningkatnya angka PSK, kekerasan terhadap TKW, merupakan permasalahan yang tidak hanya sekedar membutuhkan terciptanya aturan yang populis dan pengimplementasiannya secara konsisten, namun juga membutuhkan pengawasan yang betul-betul akuntabel terhadap pelanggaran aturan tersebut, karena permasalahan yang serupa juga pernah terjadi sebelumnya, namun selalu terulang akibat ketidakseriusan pemerintah mengawal pelaksanaan UU tersebut. Dengan kata lain kehadiran sosok anggota DPRD perempuan sangat dibutuhkan khususnya dalam menangani permasalahan perempuan di masyarakat, karena adanya kecendrungan terhadap pemikiran dan perasaan senasib sepenanggungan.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Untuk memperkuat dan mencapai tujuan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memaparkan suatu situasi atau peristiwa dengan mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.

Dalam penelitian ini dibutuhkan data yang lengkap, relevan dan objektif sehingga dapat mewakili kebenaran obyek sesungguhnya yang sedang diteliti, sehingga dalam mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti menggunakan beberapa metode yaitu. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan beberapa metode yaitu menekankan sumber data, reduksi data dan menarik kesimpulan.

Pembahasan

Pemilihan legislatif 2014 lalu di Kota Semarang menyisakan peta persaingan yang ketat diantara masing-masing caleg. Berbagai pendekatan kepada masyarakat telah dilakukan oleh masing-masing caleg guna mendulang suara sebanyak-banyaknya. Munculnya nama-nama baru dalam Daftar Calon Tetap menjadi tantangan tersendiri bagi *incumbent*. *Incumbent* yang ingin mencalonkan diri kembali harus dipusingkan dengan munculnya kekuatan-kekuatan baru yang diyakini telah mempersiapkan strategi jitu untuk merebut suara di dapil mereka. Begitu pula sebaliknya, pengalaman yang minim dalam memetakan wilayah menjadi salah satu kendala *new comer* dalam menjalankan strateginya. Ditambah lagi, tidak mudah merebut suara pemilih di suatu dapil yang telah dikondisikan oleh seorang *incumbent*. Untuk itu, hanya strategi kampanye yang paling jitu yang akan memenangkan persaingan. Dalam hal ini peneliti sengaja mengklasifikasikan 4 strategi kampanye yang umumnya digunakan anggota legislatif perempuan terpilih di DPRD Kota Semarang pada Pileg 2014. Diantaranya yaitu:

A. Pemanfaatan Media Massa dan Media Cetak

Sebagai salah satu pilar penting dalam demokrasi, strategi pemberitaan media massa ikut menentukan hitam putihnya kekuatan politik untuk merebut hati rakyat.⁴ Media massa sering dijadikan partner dalam berbagai aktivitas politik di Negara-negara maju. Tujuannya yaitu untuk menghimpun suara serta memperoleh legitimasi dari masyarakat

⁴ Pemilu Legislatif, Komisi Pemilihan Umum, 2005, hal. 161

Keterkaitan media massa maupun media cetak dengan politik disinyalir memberikan pengaruh terutama dalam pembentukan citra politikus. Melalui media massa dan media cetak, akan diinformasikan berita-berita yang positif berupa perilaku baik dari politikus yang turut dalam kegiatan sosial dan peduli lingkungan sehingga akan membentuk pendapat umum tertentu bagi yang mereka menyaksikannya. Oleh sebab itu, pemanfaatan media massa secara maksimal akan dibutuhkan dalam menarik hati pemilih untuk memilih calon legislatif perempuan.

Dalam hal ini, salah satu caleg yang termasuk menggunakan media massa sebagai media kampanye adalah Ibu Dyah Ratna Harimurti, S.Sos yang sekaligus merupakan salah seorang anggota Fraksi PDI Perjuangan. Namun fakta yang terungkap dalam Pileg 2014 di Kota Semarang terkait strategi kampanye yang digunakan anggota legislatif terpilih dalam meraih suara terbanyak adalah bahwa justru pemanfaatan media massa dalam kampanye Pileg 2014 tidak dianggap sebagai strategi yang efektif dan sangat berpengaruh terhadap tingkat keterpilihan mereka. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu dr. Wilujeng Riningrum yang sekaligus merupakan anggota Fraksi Gerindra dan ibu Hj. Umi Surotud Diniyah, SE (Fraksi PAN). Mereka mengaku enggan menggunakan media massa sebagai salah satu alat kampanye, karena selain harus mengeluarkan biaya yang tidak murah, nyatanya dampak yang dihasilkan juga tidak signifikan dan berpengaruh besar terhadap keterpilihannya

B. Berinteraksi Secara Langsung dengan Masyarakat

Yaitu dilakukan dengan melakukan orasi secara langsung dan terbuka yang berisi himbauan, ajakan, bahkan doktrin. Tujuannya utamanya adalah untuk menarik massa dan mengumpulkan suara sebanyak mungkin. Selain menyampaikan visi misinya, seorang kandidat politik biasanya juga sering memanfaatkan kondisi tersebut untuk menebar isu-isu dan janji-janji kepada masyarakat. Berinteraksi secara langsung dengan masyarakat merupakan suatu strategi yang dapat digunakan caleg untuk menarik simpati masyarakat. Dalam proses ini masyarakat akan dapat menilai bagaimana kualitas caleg yang akan terlihat dari isu yang dibawanya serta bagaimana cara caleg merespon segala pertanyaan dan permintaan masyarakat di dapilnya. Kesan awal yang baik akan sangat membantu caleg untuk dapat melakukan pendekatan lebih intens

kepada masyarakat. Proses berinteraksi langsung dengan masyarakat sangat identik dengan isu-isu politik yang dibawa oleh caleg

Ibu Nabila (Fraksi Golkar) yang berada di dapil 2 misalnya, dalam menjalankan strategi kampanyenya, beliau terlebih dahulu memahami bagaimana kondisi nyata yang terjadi di dapilnya. Seperti yang terjadi di daerah pemilihan Kebonharjo dimana mayoritas masyarakat perempuannya berprofesi sebagai buruh pabrik garmen. Profesi buruh pabrik bagi perempuan merupakan suatu hal yang tabu dan berisiko tinggi, namun karena keadaan yang memaksa mengharuskan perempuan disana untuk melakoninya. Dengan mengetahui kondisi tersebut, secara otomatis beliau juga telah memahami betul bagaimana aspirasi dan keinginan golongan tersebut.

Sementara itu, Ibu Trifena Weyatin S, S.Kom. (Fraksi PDI Perjuangan) yang kebetulan merupakan satu-satunya anggota legislatif perempuan terpilih yang beretnis Tionghoa di DPRD Kota Semarang menjelaskan keinginannya untuk memperjuangkan hak-hak masyarakat keturunan Tionghoa di Semarang. Menurutnya, sebagai golongan minoritas di Semarang, masyarakat Tionghoa masih kurang begitu didengar aspirasinya. Untuk itu dalam menjalankan strategi kampanyenya, beliau hanya memilih golongan Tionghoa di Semarang sebagai satu-satunya konstituennya.

C. Berpartisipasi Secara Langsung Dalam Kegiatan Masyarakat

Berpartisipasi disini bertujuan untuk mengubah perilaku khalayak secara konkret dan terukur. Disini kandidat politik menunjukkan simpati dan kepeduliannya kepada masyarakat. Yaitu dengan cara melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat seperti melakukan bakti sosial dan pengadaan fasilitas umum dalam masyarakat. Meskipun kedengarannya menjanjikan perolehan suara yang banyak karena berpeluang besar menarik hati masyarakat melalui partisipasi caleg dalam berbagai kegiatan, nyatanya tidak semua anggota perempuan di DPRD Kota Semarang menggunakan strategi ini ketika kampanye Pileg 2014 lalu. Masing-masing dari mereka memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam melakukan pendekatan ke masyarakat. Ada yang menyatakan tidak harus mengikuti secara langsung kegiatan masyarakat (dalam artian cukup menjadi donatur acara) atau setidaknya dapat menyumbangkan

pikiran seperti saran atau solusi. Ibu Hanik Khoiru Solikah (Anggota Komisi B) yang menjadikan semua golongan masyarakat baik golongan bapak-bapak, ibu-ibu maupun remaja sebagai objek kampanyenya menyatakan bahwa dalam kampanyenya tidak harus terlibat dengan kegiatan-kegiatan masyarakat.

Terdapat kesamaan pendapat antara Ibu Hanik Khoiru Solikah dan Ibu Dr. Wilujeng Riningrum dalam menjalankan strategi ini. Menurut mereka, dengan memberikan bantuan baik materi maupun non materi dalam berbagai kegiatan, sedikit banyaknya masyarakat akan mulai mencari tahu dan mengenal sosok mereka masyarakat akan merasa senang ketika diperhatikan dan diayomi. Bantuan materi maupun non materi merupakan salah satu bentuk kepedulian caleg terhadap konstituennya yang tujuannya tidak lain adalah untuk meningkatkan ikatan emosional diantara mereka.

Pendapat berbeda kemudian juga diutarakan oleh anggota legislatif perempuan lainnya di DPRD Kota Semarang mengenai strategi berpartisipasi langsung dalam kehidupan masyarakat ini. Menurut Dyah Ratna Harimurti, S.Sos, cara menunjukkan suatu kepedulian kepada masyarakat adalah dengan terlibat langsung dan mengikuti kegiatan-kegiatan masyarakat.

D. Mengandalkan Peran Tim Sukses Dalam Kampanye

Salah satu strategi kampanye yang umumnya digunakan seorang caleg dalam pemilu adalah dengan mengandalkan peran tim sukses. Dalam hal ini tim sukses yang dimaksud yaitu dengan membentuk suatu tim yang bertugas terjun dalam masyarakat dan sebagai wakil dalam masyarakat. Tim ini berfungsi untuk mensosialisasikan terkait hal-hal apa saja yang telah dilakukan oleh kandidat politik khususnya berkenaan dengan pencalonannya dalam Pemilu. Biasanya untuk membentuk tim seperti ini, kandidat politik sangat mengandalkan peran tokoh masyarakat atau elit masyarakat agar dapat mengkondisikan pendukungnya terhadapnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan ibu Nabila (Fraksi Golkar), Ibu Hanik Khoiru Solikah, Ibu Hj. Umi Surotud Diniyah, SE, dan Ibu Dyah Ratna Harimurti, S.Sos (PDI Perjuangan) mengenai keterlibatan tim sukses dalam keterpilihannya, mereka mengatakan tanpa bantuan tim sukses akan sulit bagi mereka

untuk dapat terpilih menjadi anggota DPRD seperti saat ini. Selain karena tidak mengetahui secara pasti aspirasi di suatu daerah, mereka juga umumnya sangat membutuhkan tokoh yang bisa mengajak banyak orang untuk beramai-ramai memilihnya. Peran besar tim sukses tersebut ternyata tidak lepas dari strategi anggota legislatif perempuan di DPRD Kota Semarang yang selektif dalam merekrut keanggotaan tim sukses. Artinya tidak sembarangan orang dapat dijadikan ketua tim sukses sekalipun orang tersebut menawarkan diri. Hal ini dikarenakan posisi tersebut merupakan posisi ujung tombak di lapangan, sehingga hanya orang-orang kepercayaan yang dianggap mampu untuk menjalankan amanah yang telah diberikan

Secara logika, ditengah zaman modern yang segala sesuatunya dinilai dengan uang, agaknya hampir mustahil seseorang bersedia bekerja siang dan malam secara suka rela demi menyukkseskan seorang caleg agar terpilih dalam pemilu. Konsep yang ideal terkait hal ini seharusnya adalah terjadi suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara tim sukses dan caleg terpilih. Dalam artian, ketika seorang caleg telah berhasil melenggang ke parlemen atas bantuan tim sukses, setidaknya ada suatu penghargaan dan feedback yang dapat diberikan caleg terpilih atas jerih payah tim sukses selama kampanye. Menurut Ibu Hj. Umi Surotud Diniyah, SE (Fraksi PAN) balas jasa yang sepadan diberikan kepada mereka yang telah rela berkorban menyukkseskan keterpilihannya adalah memperjuangkan aspirasi konstituen melalui program-program yang pro kepada masyarakat. Sementara itu, pendapat yang berbeda kemudian disampaikan oleh Ibu dr.Wilujeng Riningrum (Fraksi Gerindra) terkait timbal balik (feedback) yang diberikannya kepada tim suksesnya. Tidak saja memperjuangkan aspirasi konstituen melalui program-program yang pro kepada masyarakat, seluruh anggota legislatif di DPRD Kota Semarang justru turut memberikan balas jasa kepada konstituennya melalui pemberian berbagai bantuan berupa materi. Selain sebagai salah satu bentuk balas jasa, pemberian bantuan berupa materi tersebut juga dianggap sebagai bentuk perhatian anggota legislatif terpilih kepada tim suksesnya agar tetap dapat menjaga hubungan siaturahmi sehingga akan saling bersinergi untuk kedepannya.

Pengaruh Incumbent dalam Keterpilihan Anggota Legislatif Perempuan Terpilih di DPRD Kota Semarang pada Pileg 2014

Keberadaan caleg *incumbent* dalam kompetisi politik khususnya dalam Pileg ini, dapat dimaknai secara beragam oleh caleg lain. Ada caleg yang mengartikan keikutsertaan caleg *incumbent* dalam Pileg sebagai suatu hambatan, namun ada pula yang menganggapnya sebagai suatu peluang. Sebagai hambatan karena secara otomatis caleg *incumbent* pastinya telah memiliki pengalaman yang lebih dibanding caleg *new comer* khususnya dalam memetakan wilayah dan melakukan pendekatan kepada masyarakat. Sehingga dirasa akan sulit untuk dapat menandingi strategi caleg *incumbent*. Terlebih lagi apabila bertemu pada satu dapil yang sama. Sementara itu diartikan sebagai peluang, berarti caleg *new comer* memiliki kesempatan yang untuk memanfaatkan situasi ketika caleg *incumbent* ternyata melupakan konstituennya. Artinya, kebiasaan para caleg terpilih yang mengabaikan pemilihnya setelah berhasil duduk di parlemen sangat rentan terjadi. Oleh sebabnya, dengan pemetaan wilayah yang matang, caleg *new comer* berpeluang besar untuk merebut suara dari basis pendukung caleg *incumbent*.

Seluruh anggota legislatif perempuan di DPRD Kota Semarang menyepakati bahwa kesempatan caleg *incumbent* untuk terpilih kembali pada Pileg 2014 lalu sebenarnya begitu besar. Hal ini dikarenakan caleg *incumbent* memiliki modal yang bagus. Terlebih lagi jika pada masa jabatan sebelumnya mereka benar-benar bekerja untuk masyarakat, tentunya akan menjadi masalah besar bagi caleg *new comer*. Ibu Hanik Khoiru Solikah yang merupakan salah satu caleg *incumbent* terpilih, mengaku statusnya sebagai *incumbent* dalam Pileg 2014 lalu sedikit banyaknya mempengaruhi keterpilihannya di DPRD Kota Semarang. Meskipun beliau prihatin terhadap kondisi masyarakat yang cenderung melupakan hal-hal yang pernah dilakukannya untuk masyarakat pada periode sebelumnya, beliau tetap meyakini bahwa mereka tetap memiliki penilaian tertentu terhadap dirinya.

Kesimpulan

Pemilihan legislatif 2014 di Kota Semarang yang begitu kompetitif menjadikan setiap caleg yang “bertarung” dituntut untuk dapat mengeluarkan strategi terbaiknya. Terlebih lagi maraknya praktek *money politic* yang dilakukan oleh sebagian “caleg

nakal” dalam Pileg 2014 di Kota Semarang agaknya telah mencoreng nama baik caleg lainnya. Keadaan ini setidaknya akan semakin membenarkan asumsi yang selama ini berkembang di masyarakat mengenai citra negatif para caleg. Artinya, setiap caleg yang mencalonkan diri pada Pileg akan digeneralisasikan negatif oleh masyarakat. Asumsi tersebut secara tidak langsung akan menghambat berjalannya strategi kampanye yang telah dirancang caleg lainnya karena masyarakat sudah terlanjur menaruh image negatif terhadap caleg. Dengan demikian, tantangan caleg khususnya caleg perempuan menjadi semakin berat. Karena selain turut digeneralisasikan negatif oleh masyarakat, caleg perempuan juga harus menerima keadaan bahwa popularitas mereka masih tertinggal jauh dibanding caleg laki-laki. Oleh sebab itu, caleg perempuan membutuhkan strategi kampanye yang efektif dan sekaligus berbeda dengan strategi kampanye yang digunakan laki-laki agar dapat merubah pandangan public terhadap dirinya.

Dalam hal ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti berhasil mengklasifikasikan 4 (empat) strategi kampanye yang digunakan oleh anggota legislatif perempuan di DPRD Kota Semarang dalam mendulang suara terbanyak pada Pileg 2014 lalu. *Pertama*, adalah strategi pemanfaatan media massa dan media cetak, yaitu dengan memuat profil, visi misi mereka serta berbagai kegiatan yang bersifat sosial di media. Dalam hal ini, media yang biasa dijadikan sarana berkampanye anggota legislatif perempuan di DPRD Kota Semarang adalah koran, MMT, dll. Namun karena pengaruhnya yang tidak begitu signifikan terhadap keterpilihan seorang caleg yang hanya “bertarung” di tingkat kabupaten/kota, akhirnya menjadi alasan mendasar mengapa hanya sebagian kecil dari mereka yang menggunakan strategi ini dalam kampanyenya. *Kedua*, strategi berinteraksi secara langsung dengan masyarakat. Strategi ini dilakukan melalui pendekatan diri dengan masyarakat. Tujuannya adalah untuk memetakan wilayah dan masyarakat di daerah tersebut. Strategi ini juga kerap kali dimanfaatkan oleh anggota legislatif perempuan terpilih di DPRD Kota Semarang untuk menebar isu-isu politik kepada masyarakat. Isu yang biasa diusung berupa kemandirian perempuan, pemberdayaan perempuan, kesetaraan hak serta kesejahteraan perempuan. Seluruh anggota legislatif perempuan terpilih di DPRD Kota Semarang mengaku menggunakan strategi ini dikarenakan keefektifannya yang dapat secara langsung mempertemukan antara caleg dan masyarakat. Dengan begitu akan memudahkan mereka dalam mengetahui aspirasi dan kebutuhan masyarakat.

Ketiga, adalah strategi berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan masyarakat. Berbeda dengan strategi kedua yang hanya melakukan tegur sapa dan dialog, anggota legislatif perempuan terpilih yang menggunakan strategi ini mengikuti secara langsung berbagai kegiatan dan acara masyarakat baik itu berupa kegiatan olahraga, PKK maupun pengajian. Hal tersebut dilakukan untuk membangun hubungan emosional diantara mereka agar. Selain itu strategi ini juga dapat digunakan untuk menangkalkan strategi caleg lain di dapil yang sama. Kemudian strategi yang *Keempat* adalah strategi mengandalkan peran tim sukses dalam kampanye. Strategi ini dilakukan dengan membentuk suatu tim pemenangan di daerah-daerah yang fungsinya mengkomunikasikan segala hal yang terjadi di daerah. Biasanya anggota legislatif perempuan terpilih di DPRD Kota Semarang lebih mempercayakan posisi ketua tim sukses kepada orang-orang terdekat seperti suami, keluarga dan sahabat. Peran tim sukses begitu besar karena informasi yang diberikannya setidaknya menentukan langkah yang akan diambil oleh anggota legislatif perempuan terpilih di DPRD Kota Semarang ketika kampanye lalu. Misalnya, ketika tim sukses menginformasikan terjadinya suatu bencana di kelurahan tertentu, maka anggota legislatif perempuan terpilih tersebut dapat secara langsung berinisiatif memberikan bantuan kepada para korban. Tujuannya tidak lain adalah untuk merebut simpati dari masyarakat. Tim sukses yang merupakan ujung tombak di masyarakat juga berandil besar dalam mengatur jadwal yang tepat bagi anggota legislatif perempuan terpilih untuk melakukan kampanye atau sosialisasi di suatu acara masyarakat. Singkatnya, anggota legislatif perempuan terpilih di DPRD Kota Semarang merasa sangat terbantu dengan peran tim sukses.

Daftar Pustaka

Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.2004.Hal.23

Antar Venus, *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekaatam Media,2004)

Adman Nursal, *Political Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004

Bintaro Cokroamidjoyo, *Teori Strategi Pembangunan Nasional*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 1990

Democrito T. Mendoza, *Kampanye Isu Dan Cara Melobi*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2004

Firmanzah, *Mengelola Partai Politik*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2008

Firmansyah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realita*, Yayasan Obor, Jakarta. 2007

Iklan dan Politik, Budi Setiyono, Jakarta:GalangPress, 2008

Komunikasi Politik, Prof.Dr. Hafied Cangara, M.Sc., Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2009

Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, Rosady Ruslan, S.H., M.M., Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,1997

Marketing Politik (antara Pemahaman dan Realitas), Firmansyah

Metode Penelitian Komunikasi, Jalaluddin Rakhmat, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999

Meningkatkan Keterwakilan Perempuan, Ramlan Surbakti dkk, Jakarta Selatan: Kemitraan bagi Pembauran Tata Pemerintahan, 2010

Perempuan, Kesenjangan, dan Keadilan: Suatu Tinjauan Berwawasan Gender, Romany Sihite, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007

Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu (Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden)

Persaingan Legitimasi kekuasaan, Dan Marketing Politik, Firmanzah Ph.D., Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010

Pemilu Legislatif, Komisi Pemilihan Umum, 2005

Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu (Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden)

Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Research & Development*, (Bandung,: Alfabeta, 2009)

Pemilu Legislatif, Komisi Pemilihan Umum, 2005

Pencitraan dalam Politik, Prof. Dr. Anwar Arifin, Jakarta: Pustaka Indonesia, 2006

Tim Jalan Mata, *Budaya Politik Pilkada Semarang*, 17 April 2010, suara merdeka

Undang – Undang:

Undang-Undang Republik Indonesia Pada pasal 43 ayat 1 UU No 39 tahun 1999 tentang HAM

Undang-Undang Republik Indonesia pasal 65 ayat 1 UU No 12 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum anggota DPR, DPD, DPRD

Undang-Undang Republik Indonesia pasal 55 ayat 2 UU No.10 tahun 2008, “Di dalam setiap 3 (tiga) orang bakal calon terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) orang perempuan bakal calon”

Internet :

<http://www.surya.co.id/web/Umum-Politik/Catur-Suratnoaji-Membedah-Perilaku-Pemilih-Pemilih-Perempuan-Alergi-Memilih-Perempuan.html>

Lainnya :

Kota Semarang dalam angka 2004, BPS Kota Semarang